



E-Marketer quiz

Modulo 1: Digital marketing

1. Completa la definizione di e-commerce spuntando gli enunciati corretti.

- a) Commercio elettronico riferito alle transazioni commerciali
- b) Che sono condotte in maniera elettronica
- c) E che includono l'acquisto
- d) E che includono la compra-vendita
- e) Di beni digitali
- f) Di beni e servizi digitali
- g) Di beni e servizi inclusi beni e servizi digitali

2. Esistono diverse possibilità di svolgimento dell'e-commerce e di creazione di valore online. Si prega di indicare le modalità e-commerce più confacenti per ogni esempio riportato di seguito.

	Business-to-Customer (B2C)	Customer-to-Customer (C2C)	Customer-to-Business (C2B)
vendita di libri privata			
scambi online			
scambi online			
negozi online			
portali di recensioni			
concorso fotografico per clienti			

3. Cosa si intende per ROI?

- a) Ritorno sull'investimento = $(\text{Guadagno da investimento} - \text{Costo dell'investimento}) / \text{Costo dell'investimento}$
- b) Ritorno sull'investimento = $\text{costo dell'investimento} / \text{guadagno dall'investimento}$
- c) Ritorno sull'investimento = $\text{guadagno da investimento} - \text{costo dell'investimento}$

4. Si prega di indicare quale caratteristica presente nell'elenco sottostante appartiene al Digital Marketing e quale al Marketing tradizionale

	Marketing tradizionale	Digital Marketing
miglioramento delle prestazioni aziendali dell'organizzazione		
interazione reciproca tra cliente e azienda		
orientamento della clientela		
utilizzo di canali di comunicazione consolidati con ampio impatto		
comunicazione spontanea e veloce		
pensiero strategico		
miglioramento della reputazione online		



5. L'elenco indica diversi obiettivi di marketing. Scegli le tattiche di marketing appropriate barrando le relative caselle.

	Display/Banner pubblicitari	Email Marketing	Search Engine pubblicità	brand ambassadors/recensioni dei clienti	viral campaign	Siti web online shop
Promozione autentica del prodotto						
aumento della visibilità online						
comunicazione mirata al cliente						
aumento della visibilità online oltre il tradizionale mercato di riferimento						

Modulo 2: Business Strategy

1. Il processo strategico include diversi passaggi. Si prega di inserire quanto segue nell'ordine corretto partendo dalla prima fase, ecc. (è ammessa una sola risposta per riga)

	Prima fase	Seconda fase	Terza fase	Quarta fase
Analisi				
Controllo strategico				
Sviluppo strategico				
Implementazione strategica				

2. Le strategie aziendali devono essere implementate. Si prega di indicare a quale livello appartiene ciascun elemento. Strategico o operativo? *

	Livello strategico	Livello operativo
Decisioni essenziali		
orientamento a breve termine		
soluzioni complete		
soluzioni particolari		
orientamento a lungo termine		
decisioni situative		

3. Da quali elementi è costituita l'analisi PEST? (è consentita più di una risposta)



Erasmus+



- a) Fattori politici
- b) Fattori socio-culturali
- c) Fattori storici
- d) Fattori tecnologici
- e) Fattori filosofici
- f) Fattori di moda
- g) Fattori economici

4. Da quali elementi è costituita l'analisi SWOT? (è consentita più di una risposta)

- a) Strengths (punti di forza)
- b) Threats (minacce)
- c) Opportunities (opportunità)
- d) Trends (tendenze)
- e) Weaknesses (punti deboli)
- f) Competitors (concorrenti)

5. Indica per ogni "motto" l'opzione comportamentale di riferimento nella gestione strategica. (E' consentita una risposta per ogni riga)

	Comportamento pacifico	Comportamento cooperativo	Comportamento aggressivo	Comportamento conflittuale
"Insieme siamo più forti!"				
"Puntiamo solo ai nostri benefici e vediamo sin dove possiamo arrivare!"				
"Il mercato è aperto a tutti"				
"L'attacco è la miglior difesa"				

6. Quali elementi includeresti in una strategia aziendale e in un piano d'azione? (E' consentita una risposta per ogni riga)

	Si	No
Descrizione del background aziendale		
Descrizione degli obiettivi previsti		
Elenco dei punti fermi		
Analisi aggiornata dell'attuale situazione aziendale		
Piano d'azione dettagliato		

7. Quali elementi integreresti nel piano d'azione dettagliato di un e-Marketer? (E' consentita una risposta per ogni riga)

	Si	No
Mezzi di comunicazione		



Erasmus+



	Si	No
Responsabile		
Ammontare di investimento		
Scadenze		
Descrizione dei ruoli		
Numero di utenti		
Obiettivo		
Guadagno sugli investimenti		

Modulo 3: Gestione del rischio e delle relazioni

1. Chi appartiene al gruppo degli stakeholders? (è consentita più di una risposta)

- a) Fornitori
- b) Clienti e consumatori
- c) Concorrenti
- d) Dipendenti
- e) Affari e altri mezzi

2. A cosa fa riferimento il termine "internal market"? (è consentita più di una risposta)

- a) I dipendenti sono considerati clienti e fornitori.
- b) I dipendenti sono considerati buoni brand ambassadors.
- c) Il commercio locale è considerato il mercato più importante per l'e-commerce.

3. Il processo di gestione delle crisi comprende diversi passaggi. Si prega di inserire quanto segue nell'ordine corretto.

	Prima fase	Seconda fase	Terza fase	Quarta fase	Quinta fase	Sesta fase
Notifiche e incarichi						
Verifica e valutazione della crisi						
Comunicazione e gestione						
Valutazione del livello di crisi della comunicazione						
Sviluppo di messaggi						
Monitoraggio e feedback						

Modulo 4: Competenze analitiche

1. Chi è un "buyer persona"? *

- a) Un buyer persona è il miglior e più leale di un'azienda commerciale.
- b) Un buyer persona rappresenta target della clientela dell'impresa che ha in comune un insieme di caratteristiche simili basate su informazioni demografiche, comportamentali e geografiche.
- c) Buyer persona si riferisce all'account del cliente nel contesto di un e-commerce.



2. Cosa si intende per "customer journey"?

- a) Si riferisce al processo di acquisto, a partire dal primo impulso di acquisto o interesse per il prodotto fino a una possibile conversione nella fase post-vendita.
- b) E' il processo di analisi delle esigenze del cliente per sviluppi futuri del prodotto.
- c) Riguarda i canali di distribuzione di un prodotto e la distanza che un cliente deve percorrere per poter acquistare il prodotto.

3. La raccolta dei dati è cruciale ai fini di una corretta analisi dei bisogni. Come possono essere raccolti i dati dei clienti? (è consentita più di una risposta)

- a) Ricerca su internet dei dati del cliente.
- b) Ricerca all'interno dei propri database di informazioni rilevanti.
- c) Raffinare il database dei clienti tramite sondaggi, monitoraggio dell'account di accesso (ad esempio cookie).
- d) Acquisto di informazioni e dati da agenzie esterne.

Modulo 5: Strumenti di Digital Marketing

1. Cos'è il Content Marketing? Scegli la definizione corretta.

- a) Il Content Marketing lavora con blogger e influencer del settore per attirare più clienti.
- b) Il Content Marketing è una combinazione di SEO, SEA e PR e prevede l'integrazione di un blog nel sito Web della società.
- c) Il Content Marketing è costituito da campagne/offerte speciali pubblicate dalle newsletter per rivolgersi ai clienti.

2. Cos'è l'e-Mail Marketing? *

- a) L'e-mail marketing diffonde informazioni su di un'attività a gruppi di persone oltre il mercato di destinazione, ad es. dai video nei social media.
- b) Si tratta di campagne/offerte speciali pubblicate dalle newsletter rivolte ai clienti in base alle proprie azioni.
- c) Presuppone una collaborazione con blogger e persone influenti nel proprio settore per attirare più clienti.

3. Cosa si intende per "brand ambassador"?

- a) Clienti che recensiscono i tuoi prodotti all'interno di un portale.
- b) Blogger che sponsorizzano i tuoi prodotti.
- c) Consulenti che promuovono il tuo prodotto a livello politico.

Quale canale di social media si adatta meglio ai seguenti scopi?

Facebook LinkedIn Instagram Twitter

Fornire alle parti interessate brevi messaggi sugli ultimi accadimenti.

Distribuire materiale audiovisivo oltre il pubblico di



Erasmus+



[Facebook](#) [LinkedIn](#) [Instagram](#) [Twitter](#)

[destinazione](#)

[Attirare possibili tirocinanti e dipendenti](#)

[Connettersi con le parti interessate individualmente](#)
